

Implementasi Sertifikasi Fairtrade pada Kopi Gayo: Analisis Posisi Petani dalam Struktur Perdagangan Alternatif

Harri Fajri

Abstract

Fair Trade is an international movement trying to save farmers and workers in Global South from unfair practices of trade. In the globalized economy era this movement is getting bigger. However, the success of Fair Trade movement leads to grand debate since it depends on the involvement of corporations who are being avoided at the first time this movement began. This article discusses the implementation of Fair Trade on Gayo Coffee under Fairtrade certification scheme governed by Fairtrade Labeling Organization (FLO). It focuses on how FLO can transform farmer position in its commercial network. This article finds that certification scheme under FLO cannot guarantee farmer the best position in the international coffee chain. It argues that it is caused by the role of cooperation that is just dominated by few people instead farmers as a whole.

Key word: Fairtrade, Gayo Coffee, Global South, Farmer.

A. PENDAHULUAN

Fair Trade merupakan gerakan sosial yang muncul sebagai respon terhadap kegagalan perdagangan liberal dalam mengatasi persoalan kemiskinan dan ketimpangan ekonomi dunia. Pada intinya, *Fair Trade* bertujuan untuk menciptakan sistem perdagangan yang lebih adil, khususnya bagi petani atau buruh miskin di negara-negara selatan, dengan cara mendorong kesadaran konsumen, terutama di negara-negara maju, tentang dampak-dampak negatif yang disebabkan oleh sistem perdagangan konvensional (liberal), dan perlunya perubahan dalam cara manusia menjalankan perdagangan.

Pada awal kemunculannya, semangat gerakan *Fair Trade* adalah pemberdayaan masyarakat miskin dan marjinal (European Fair Trade Association,

2006). Manifestasinya lebih mengarah pada kegiatan sosial dan sukarela. Itulah sebabnya gerakan *Fair Trade* pada awalnya tidak melibatkan perusahaan yang kecenderungannya lebih berorientasi kepada maksimalisasi keuntungan. Kegiatan jual beli yang melibatkan petani atau produsen miskin di negara berkembang, difasilitasi oleh organisasi-organisasi sosial atau keagamaan.

Namun seiring dengan berjalannya waktu, gerakan *Fair Trade* mulai membuka pintu masuk kepada perusahaan, salah satunya melalui mekanisme sertifikasi atau yang lebih dikenal oleh konsumen sebagai label *Fairtrade*. Penemuan mekanisme sertifikasi ini memicu perubahan yang sangat signifikan dalam jaringan *Fair Trade* (Reed, 2009). Terbentuknya pasar *Fair Trade* seluas sekarang disebut-sebut tidak terlepas

dari campur tangan *retailer* besar, *branders*, dan berbagai jenis perusahaan konvensional lainnya (Murray & Reynolds, 2007). Hal ini lantas menimbulkan perdebatan, bahkan di internal kalangan pendukung *Fair Trade* itu sendiri. Sekarang, seperti yang dikatakan Murray dan Reynolds "As *Fair Trade* has moved into the mainstream of international trade, it has become embroiled in a range of debates and dilemmas that threaten to divide the movement" (Murray & Reynolds, 2007). Valkila et. al mengatakan bahwa di balik kampanye tentang keuntungan yang didapat oleh petani, "paradoxically, *Fair Trade* also empowers coffee traders: export companies, roasters, and retailer." (Valkila, Haaparanta, & Niemi, 2010). Secara lebih jauh, Peter Griffiths (2012) bahkan berani mengatakan bahwa gerakan *Fair Trade* telah gagal menjalankan ide-ide yang diusungnya. Griffiths berpendapat bahwa dari harga lebih yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli produk *Fair Trade*, hanya sebagian kecil saja yang mengalir ke petani. Sementara, menurutnya jumlah yang lebih besar justru lebih banyak dinikmati oleh perusahaan di negara-negara utara. Hal ini menunjukkan bahwa petani berada pada posisi yang tidak menguntungkan dalam rantai produksi ketika dihadapkan kembali dengan perusahaan-perusahaan konvensional.

Atas latar belakang perdebatan dan kontroversi itulah penulis merasa perlu untuk melihat pengimplementasian *Fair Trade* di Indonesia. Gerakan *Fair Trade* di Indonesia dapat dilacak keberadaannya semenjak tahun 1970-an melalui inisiasi yang dijalankan oleh organisasi sosial keagamaan, Oxfam (Hadiwinata & Pakpahan, 2004). Namun, penerapan sertifikasi *Fair Trade* secara khusus baru dimulai pada bulan Maret tahun 2000, ketika koperasi bernama Persatu-

an Petani Kopi Gayo Organik (PPKGO) mendapatkan lisensi resmi untuk menggunakan sertifikat *Fairtrade* yang dikeluarkan oleh *Fairtrade Labeling Organizations* (FLO) (Mustawalad). Meskipun pada tahun 2008, koperasi yang pada saat itu telah beranggotakan sekitar 1900 petani itu bubar dan sertifikatnya dicabut oleh FLO, semangatnya tetap bertahan hingga saat ini. Hal ini dapat terlihat dari tingginya jumlah koperasi petani kopi gayo yang menjadi pemegang sertifikat produsen *Fairtrade*. Dari 20 kelompok usaha (koperasi) di Indonesia yang telah resmi memegang sertifikat dari FLO, 17 diantaranya berasal dari gayo.

FLO saat ini telah menjadi salah satu organisasi *Fair Trade* terbesar di dunia yang menerapkan mekanisme sertifikasi, salah satu yang menjadi inti perdebatan dalam gerakan *Fair Trade*. Di lain pihak, kopi Gayo, saat ini dapat dikatakan mewakili gambaran penerapan sertifikasi *Fair Trade* yang dijalankan oleh FLO di Indonesia. Dengan melihat pengimplementasian sertifikasi *Fairtrade* di Kopi Gayo, tulisan ini ingin melihat bagaimana gerakan alternatif tersebut dapat mempengaruhi posisi petani dalam perdagangan internasional yang selama ini dinilai tidak adil.

B. KERANGKA KONSEPTUAL

1. Fairtrade

FLO hanyalah salah satu dari beberapa organisasi internasional yang aktif mempromosikan *Fair Trade*. Beberapa organisasi yang memiliki visi serupa antara lain adalah World Fair Trade Organizations (WFTO), Network of European Worldshops (NEWS), dan European Fair Trade Association (EFTA). Setiap organisasi memiliki mekanismenya ma-

sing-masing dalam menjalankan praktik perdagangan yang berkeadilan.

FLO mempunyai label/merek *Fairtrade*¹ yang menjadi tanda bagi konsumen untuk membedakannya dengan produk konvensional. Produk berlabel *Fairtrade* saat ini sudah dijual di 25 negara. Label *Fairtrade* dinilai sebagai label etikal yang paling dikenali di dunia (Fairtrade International). Hingga tahun 2012, jaringan perdagangan *FLO* telah melibatkan sebanyak 1.149 kelompok produsen di 70 negara, dengan total penjualan produk mencapai 4,8 milyar Euro (Fairtrade International).

Label *Fairtrade* oleh sebab itu menjadi penanda bagi konsumen bahwa produk tersebut telah memenuhi nilai-nilai yang disebutkan di atas. Seperti yang dikatakan oleh Alex Nicholls (2000), label *Fairtrade* merupakan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang tersertifikasi telah memenuhi beberapa standar dan diaudit secara berkala. Standar-standar tersebut adalah (Nicholls, 2000):

- Pembelian secara langsung (*direct purchase*) dari produsen.
- Hubungan perdagangan jangka panjang dan transparan.
- Kerjasama bukan persaingan.
- Mengikuti harga minimal untuk menutupi biaya produksi, biasanya ditetapkan di atas harga pasar.
- Fokus terhadap pembangunan dan bantuan teknis dengan membayar-

kan biaya tambahan Premium (umumnya sebesar 10% atau lebih dari harga produk).

- Menyediakan informasi pasar.
- Produksi yang berkelanjutan dan bertanggungjawab pada lingkungan.

2. Rantai Persediaan Kopi

Saat ini, konsumsi kopi per kapita di negara pengimpor kopi terbesar seperti Amerika Serikat mencapai 4,3 kilogram per tahun (Tempo.co, 2014). Bandingkan dengan konsumsi per kapita di Indonesia yang hanya 1,03 kilogram per tahun (Rikang & Dharma, 2014). Tidak heran jika perusahaan asal Amerika seperti Starbucks sangat menguasai pasar kopi dunia. Negara paling konsumtif terhadap kopi juga didominasi oleh negara-negara maju, Finlandia setiap tahunnya menghabiskan 11,4 kilogram perkapita, diikuti dengan Norwegia dengan 10,6 kilogram, Belgia sebanyak 8 kilogram, Austria 7,6 kilogram, dan Jepang 3,4 kilogram (Tempo.co, 2014).

Dalam perdagangan liberal, harga ditentukan oleh pasar tanpa ada intervensi siapapun kecuali oleh tangan-tangan tak terlihat. Hal ini meletakkan petani dalam posisi yang tidak menguntungkan. Mereka menjadi aktor yang berada dalam struktur produksi paling bawah yang seringkali menjadi korban eksploitasi dari aktor-aktor di atasnya. Di tingkat pertama, sebut saja ada tengkulak. Tengkulak ini pun biasanya terbagi lagi atas berapa tingkatan, mulai dari tengkulak kampung, tengkulak kota, sampai tengkulak pusat. Di atas mereka ada eksportir, perusahaan di negara produsen. Dan di atas eksportir ada *buyer* atau perusahaan pembeli di negara maju. Tanpa pengaturan harga, *buyer* yang rasional sebisa mungkin akan mencari produk dengan harga beli yang pa-

¹ Untuk selanjutnya dalam tulisan ini, *Fairtrade* (tanpa spasi) merujuk pada label atau mekanisme sertifikasi yang dijalankan oleh FLO. Sementara *Fair Trade* merujuk pada gerakan *Fair Trade* pada umumnya.

ling rendah untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Pada akhirnya, harga jual di tingkat petani jugalah yang tertekan. Bahkan dalam kondisi normal sekalipun, menurut International Trade Center seperti yang tertulis dalam *The Coffee Guide Exporter's Guide 2011* petani kopi hanya mendapatkan *share* 7-11% dari harga retail supermarket (Fairtrade Foundation, 2012).

Gerakan *Fair Trade* memahami lemahnya posisi petani dalam rantai suplai komoditas kopi. Itulah sebabnya model perdagangan langsung (*direct trade*) pada awalnya dipilih oleh organisasi penggerak *Fair Trade*. Hal ini dilakukan untuk memotong rantai pasokan sehingga petani dapat terhindar dari praktik-praktik eksploitatif yang dilakukan oleh aktor-aktor di atasnya. Di sisi lain, mekanisme sertifikasi mengundang kembali aktor-aktor konvensional untuk terlibat dalam jaringan perdagangan *Fair Trade*. Konsekuensinya rantai perdagangan kopi kembali pada bentuknya yang semula, meskipun dengan kondisi yang berbeda. Sebab ada standar-standar FLO yang harus diikuti oleh perusahaan-perusahaan jika ingin menjual produk berlabel *Fairtrade*. Oleh sebab itu, analisis terhadap rantai suplai produk berlabel *Fairtrade* akan menunjukkan bagaimana sebetulnya posisi petani dalam struktur perdagangan alternatif yang dibentuk oleh FLO.

Rantai suplai atau yang sering disebut juga dengan rantai pasokan adalah proses pembentukan bahan mentah menjadi produk yang siap dikonsumsi. Mekanisme sertifikasi yang dibentuk oleh FLO dapat dilihat sebagai upaya untuk membentuk rantai pasokan ini dapat berjalan dengan adil, terutama bagi petani dan produsen di negara-negara selatan. Sebab melalui mekanisme

sertifikasi, keterlibatan perusahaan-perusahaan konvensional tidak lagi dihindari atau dipotong dari rantai perdagangan *Fair Trade* melainkan dilibatkan, asal perusahaan-perusahaan tersebut mau mengikuti aturan-aturan yang diberlakukan oleh FLO.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan data-data primer dan sekunder. Data primer didapat dari hasil wawancara yang dilakukan kepada *stakeholder* yang terkait dengan jaringan *Fairtrade* kopi gayo, yang mencakup petani, pengurus koperasi kopi di Kabupaten Aceh Tengah dan Bener Meriah. Pertanyaan wawancara dibuat terbuka sesuai dengan perkembangan yang ditemukan selama berada di lapangan.

Sementara itu, untuk melengkapi data yang ada, selain kepada petani dan pengurus koperasi, wawancara juga dilakukan bersama pengamat kopi setempat. Pengamat kopi merupakan orang-orang yang selama ini berkecimpung di perdagangan kopi gayo, seperti penulis ataupun tokoh yang memperhatikan penerapan *Fairtrade* pada komoditas Kopi Gayo. Selain itu, data-data sekunder juga diperoleh dari berbagai sumber cetak maupun *online*. Data-data sekunder dibutuhkan untuk memperdalam wacana terkait dengan perdebatan dalam gerakan *Fair Trade* mengenai mekanisme sertifikasi atau keterlibatan perusahaan-perusahaan konvensional.

D. PEMBAHASAN

1. Implementasi Sertifikasi Fairtrade Kopi Gayo

Dengan mengikuti sertifikasi

Fairtrade, petani kopi gayo mendapatkan beberapa manfaat, seperti harga yang stabil dan uang lebih yang diberikan oleh buyer. Manfaat ini diterima oleh petani dari mekanisme yang sudah ditetapkan oleh FLO, yaitu *Fair Trade Minimum Price* (FTM) dan *Fair Trade Premium Fee* (FTP).

Pada hakikatnya, FTM dapat memberikan jaminan bahwa produk yang sampai ke tangan konsumen berasal dari petani yang dibeli dengan harga yang wajar. Meskipun demikian tidak semua petani, khususnya mereka yang tergabung dalam jaringan koperasi *Fairtrade* dapat menikmati FTM. Hal ini disebabkan adanya sistem kuota, sehingga membuat biji kopi yang diproduksi oleh petani tidak bisa terjual seluruhnya kepada koperasi (Arfi, 2014; Sanusi, 2014). Ketika harga dunia sedang turun, dimana mekanisme FTM bekerja, *Fairtrade* tidak selamanya dapat menampung produk kopi petani.

Salah satu petani yang tergabung dalam jaringan *Fairtrade* di Aceh Tengah mengatakan:

"Saya menjual kopi pun tidak ada ke koperasi (Fairtrade). Misalnya ketika harga kopi turun, dan meminta kepada kolektor (koperasi) untuk membeli kopi (saya), tidak ada tanggapan. Jadi saya jual saja ke lokal (tengkulak). Karena kita tidak terikat (hubungan dengan koperasi)." (Sanusi, 2014)

Melihat fenomena di atas, mekanisme FTM yang dijalankan oleh FLO dapat dikatakan sebenarnya belum mampu memecahkan persoalan volatilitas harga komoditas primer. Padahal justru disinilah permasalahan utama yang dihadapi oleh negara-negara miskin dan berkembang dalam sistem perdagangan internasional.

Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam gerakan *Fairtrade*. Selama praktik perdagangan konvensional masih sangat dominan, produk *Fairtrade* tidak akan mampu bersaing, sebab pasar konvensional dapat menawarkan harga yang lebih rendah—yang berarti ongkos produksi perusahaan akan menjadi lebih rendah pula. Hal ini terlihat ketika koperasi kopi gayo kesulitan mencari *buyer* ketika harga kopi dunia sedang turun. FTM yang seharusnya bekerja pada waktu itu, kenyataannya tidak dapat diandalkan.

Dari beberapa responden yang diwawancarai oleh penulis terungkap bahwa koperasi belum memiliki peran yang signifikan dalam memperbaiki harga kopi, terutama ketika harga kopi dunia sedang turun. Itulah sebabnya mengapa ada petani yang lebih senang berbisnis dengan tengkulak lokal sebab harga yang ditawarkan oleh mereka tidak jauh berbeda bahkan sama dengan harga koperasi. Belum lagi, penjualan kepada tengkulak lokal dapat dilakukan dengan lebih mudah ketimbang dengan koperasi yang menetapkan syarat-syarat tertentu, seperti pencatatan penjualan. Semua ini semestinya menjadi pertimbangan bagi koperasi khususnya, dan bagi jaringan FLO pada umumnya. Di level paling bawah, FTM tampaknya telah gagal dalam mewujudkan cita-cita mulianya untuk para petani.

Petani kopi gayo mengakui bahwa mereka telah mendapatkan *Fairtrade premium* dalam keterlibatan mereka dalam sertifikasi *Fairtrade*. Misalnya dalam bentuk genset, *sound system*, dan surau (Sanusi, 2014). Apapun bentuknya, *premium fee* digunakan atas kesepakatan di antara kelompok-kelompok kecil yang berada di bawah koperasi. Satu kelompok terdiri dari 50 hingga seratus

orang petani, sesuai dengan ketentuan FLO. Kelompok tersebut diwakilkan oleh seorang delegasi untuk mempermudah komunikasi antara koperasi dengan kelompok petani. Sederhananya, setiap koperasi ingin menyalurkan *premium fee*, koperasi akan menghubungi delegasi agar mempersiapkan forum untuk memusyawarahkan penggunaan *premium fee* tersebut. Koperasi sebagai pihak yang mengelola uang *premium*, petani lah yang berhak untuk menentukan bagaimana dan untuk apa saja uang *premium* itu digunakan, sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh FLO.

Besaran *premium fee* yang diterima oleh petani sangat bergantung dengan besaran biji kopi yang mereka jual kepada koperasi. Semakin besar mereka memasok ke koperasi, semakin besar pula *premium fee* yang akan kembali kepada mereka. *Premium fee* yang dibayarkan oleh *buyer* diberikan kepada koperasi. Bagi koperasi kecil yang masih bergantung kepada eksportir untuk memasarkan produknya ke luar negeri (*buyer*), *premium fee* akan masuk ke kas eksportir sebelum diberikan kepada koperasi untuk didistribusikan ke petani. Bagi koperasi besar yang sudah mampu melakukan ekspor secara langsung tanpa perantara eksportir, seperti KBQ Baburayan, *premium fee* masuk langsung masuk ke kas koperasi. Dari koperasi lah petani akan mengetahui besaran *premium fee* yang mereka dapatkan.

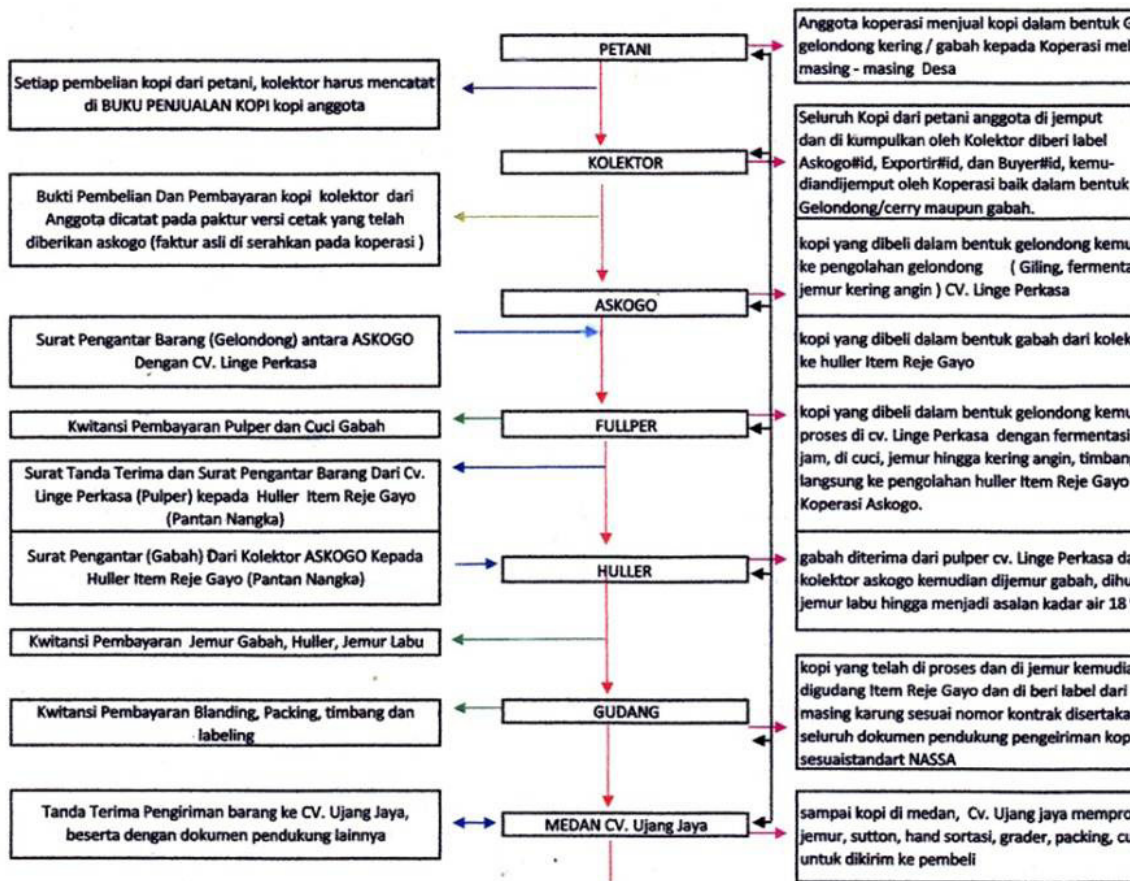
2. Posisi Petani

Skema sertifikasi yang dijalankan oleh FLO pada intinya bertujuan untuk memastikan setiap aktor yang terlibat dalam rantai produksi bertindak secara adil. Seperti yang telah dijelaskan pada Bab II, semangat awal *Fairtrade* didorong oleh keprihatinan terhadap rendahnya

penghasilan produsen yang disebabkan oleh peran para perantara atau tengkulak. Oleh sebab itu, salah satu solusi yang ditawarkan adalah penerapan model perdagangan langsung (*direct trade*) yang menghubungkan produsen di negara-negara selatan dengan konsumen di negara-negara utara tanpa harus melewati para tengkulak tersebut. UCIRI, kelompok produsen pelopor model sertifikasi *Fairtrade* juga melalui fase ini, hingga pada akhirnya mereka berinisiatif untuk mengajukan proposal pembentukan mekanisme sertifikasi kepada lembaga di Belanda (Boersma, 2009). Boersma Vanderhoff, aktivis sekaligus pemangku agama yang kemudian memutuskan untuk hidup sebagai petani bersama-sama dengan petani UCIRI lainnya mengatakan: "*What the experience of UCIRI shows us is that when the poor are able to organize themselves and experience that the co-operative road is a viable option, then a new social, political, and cultural order begins to emerge.*" (Boersma, 2009).

Dari pernyataan di atas dapat dilihat bagaimana penerapan sertifikasi *Fairtrade* pada awalnya seperti yang dilakukan oleh UCIRI tidak bisa dilepaskan dari kemampuan petani untuk mengorganisir kelompoknya. *Fairtrade* dengan demikian tidak seharusnya dipandang sebagai sebuah program bantuan kepada petani. Petani itu sendirilah yang sepatutnya menjadi agen atas pembangunan mereka sendiri (Boersma, 2009).

Selain sebagai penyalur aspirasi petani dalam *general assembly* yang dapat menentukan arah kebijakan *Fairtrade international* secara global, koperasi juga memegang peran penting sebagai pengambil kebijakan dalam lingkup yang lebih kecil namun sangat berhubungan langsung dengan kehidupan petani. Hal



Gambar 1. Rantai Suplai Salah Satu Koperasi Kopi Gayo (Koperasi Askogo)

ini terkait dengan fungsi koperasi yang didirikan tidak lain dan tidak bukan semata-mata hanya untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. *Fairtrade* International juga menetapkan bahwa setiap produsen yang ingin mendapatkan sertifikasi wajib bergabung dengan suatu badan usaha bersama yang berbentuk koperasi atau kelompok tani. Untuk kasus Indonesia, khususnya di Aceh, badan usaha tersebut adalah koperasi.

Oleh sebab itu, koperasi sangat berperan besar dalam jaringan *Fairtrade* terutama terkait dengan pengaruhnya terhadap petani. Pada dasarnya memang koperasi dapat dijadikan sebagai salah satu instrumen dalam meningkatkan kesejahteraan petani serta menguatkan posisi mereka khususnya sebagai daya

tawar mereka ketika menghadapi aktor-aktor yang lebih kuat dalam perdagangan internasional. Lantas bagaimana dengan praktik di Aceh?

Gambar 1 menunjukkan rantai distribusi biji kopi *Fairtrade* gayo dari petani hingga sampai ke pihak eksportir. Dari gambar tersebut dapat dilihat bagaimana relasi antara petani dengan koperasi. Disana secara jelas dikatakan bahwa, dengan perantara kolektor, koperasi membeli biji kopi dari petani. Hal ini menunjukkan bahwa petani dan koperasi kopi gayo adalah dua entitas yang terpisah.

Keterlibatan petani dalam koperasi hanya sebagai pemasok, hanya sebatas hubungan jual beli. Sebagaimana peng-

akuan dari petani dan pengurus koperasi bahwa dalam aktivitas perdagangan kopi yang selama ini mereka lakukan dijalankan tanpa ikatan. Petani dibebaskan untuk menjual biji kopi kepada pihak manapun selain koperasi tempatnya bernaung (Arfi, 2014). Sementara koperasi juga tidak mewajibkan petani untuk memasok kopi kepada koperasi. (Iwan, 2014).

Pada praktiknya, petani tetap bergerak sendiri-sendiri untuk mengejar keuntungannya masing-masing. Sementara koperasi sekedar menjadi penampung kopi yang dalam praktiknya justru tidak jauh berbeda dengan apa yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut salah seorang pengurus koperasi, semakin bertambahnya jumlah koperasi yang memegang sertifikat *Fairtrade* telah memberikan dampak positif terhadap harga pasar kopi gayo secara umum. Menurutnya semenjak masuknya *Fairtrade* petani telah berani menolak harga yang ditawarkan jika tidak sesuai dengan keinginannya (Iwan, 2014). Artinya akses pasar menjadi semakin luas, sehingga petani mempunyai lebih banyak pilihan kemana biji kopinya akan dijual. Namun demikian, sebuah upaya agar petani dapat meng-*organize themselves*, keberadaan koperasi belum dapat dikatakan berhasil.

Hal ini dapat dilihat dari beberapa bukti yang dapat ditemukan di lapangan. Pertama, koperasi tidak dijalankan oleh petani, melainkan dikendalikan oleh segelintir orang yang terlibat dalam struktur kepengurusan, terutama kelompok pendiri. Pengurus koperasi yang diwawancarai oleh petani juga membenarkan keberadaan kelompok ini (Hasbi, 2014; Yana, 2014; Iwan, 2014; Askogo, 2014).

Kelompok pendiri merupakan

orang-orang yang mempersiapkan modal untuk membentuk koperasi. Pembentukan KSU Sara Ate misalnya, salah satu koperasi yang dikunjungi oleh penulis, menceritakan bagaimana koperasi itu bisa terbentuk. Menurutnya koperasi tersebut tidak akan terbentuk tanpa adanya bantuan dari donatur (Hasbi, 2014).

Adanya fakta bahwa beberapa koperasi tidak didirikan atas inisiatif petani, melainkan sebagian kelompok-semisal investor atau eksportir kopi—yang terkesan hanya ingin turut mendapatkan bagian dalam rantai perdagangan kopi, terutama dari jumlah *premium fee* yang sangat menggiurkan itu. Biaya sertifikasi yang harus dikeluarkan oleh koperasi juga sangat besar, mulai dari 1,570 poundsterling di tahun pertama.

Sebenarnya *Fairtrade International* telah menetapkan suatu mekanisme agar petani senantiasa dilibatkan dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh koperasi. Misalnya dengan menggunakan sistem delegasi, dimana sejumlah kelompok petani diwakilkan oleh seorang petani. Biasanya setiap 50 petani diwakilkan satu petani. Di koperasi-koperasi besar seperti KBQ Baburayan satu petani bahkan mewakili 100 petani. Delegasi inilah yang bertugas untuk mewakili anggota-anggotanya dalam setiap pengambilan keputusan koperasi. Namun beberapa delegasi yang ditemui oleh penulis mengaku bahwa keterlibatan mereka dengan koperasi tidak rutin (Arfi, 2014; Sanusi, 2014). Hal ini membuat mekanisme perwakilan tidak berjalan dengan baik. Jika perwakilan petani saja jarang bertemu dengan pihak koperasi, bagaimana dengan petani itu sendiri?

Kedua, berhubungan dengan persoalan pertama, fakta bahwa koperasi

hanya dibangun oleh sekelompok orang, membuat adanya jarak antara petani dan koperasi. Seolah-olah koperasi dan petani merupakan dua entitas yang terpisah. Ini terlihat dari relasi keduanya dalam memperlakukan biji kopi sebagai komoditas yang diperdagangkan. Praktik yang pada umumnya dilakukan oleh koperasi *Fairtrade* di Aceh adalah dengan membeli putus hasil perkebunan petani dalam bentuk *cherry* atau gabah. Dari gabah/*cherry* tersebut petani mengolahnya menjadi biji kopi yang *ready export* (alasan/*green bean*). Bagi koperasi-koperasi besar proses yang menghasilkan nilai tambah tersebut dapat mereka jalankan sendiri dengan memanfaatkan aset yang mereka miliki, bahkan mengeksport atas nama koperasi, tidak melalui eksportir.

Relasi antar aktor dalam jaringan *Fairtrade* seperti yang diuraikan di atas, khususnya menyorot hubungan antara koperasi dengan petani, memberikan implikasi yang buruk bagi petani, pihak yang dari awal menjadi semangat awal gerakan *Fairtrade*. Misalnya, nilai tambah yang dihasilkan dari *cherry/gabah* menjadi biji kopi yang *ready export (green bean/asalan)* hanya masuk ke pundi-pundi koperasi. Hal ini tidak adil karena sementara koperasi terus meningkatkan aset dan modal—yang didapat dari keuntungan penjualan biji kopi yang berasal dari kebun anggotanya—petani tidak mendapatkan apa-apa. Seperti yang terlihat pada jaringan FLO pada komoditas kopi Gayo.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini telah menunjukkan bagaimana sertifikasi *Fairtrade* tidak selamanya dapat memberikan keuntungan kepada petani. Hal ini dikarenakan masih adanya kelemahan-kelemahan yang ter-

dapat dalam mekanisme perdagangan yang dibentuk oleh FLO. Pertama, terkait dengan *minimum price*. *Minimum price* merupakan mekanisme yang diatur oleh FLO untuk menjamin petani mendapatkan harga yang wajar atas bahan mentah yang dijualnya kepada perusahaan. Seharusnya mekanisme ini dapat melindungi petani kopi gayo dari ketidakstabilan harga biji kopi yang sewaktu-waktu bisa anjlok, terutama ketika stok kopi dunia sedang melimpah. Namun sayangnya, ketika petani berharap dapat menjual biji kopi di atas harga pasar, ada sistem kuota yang diberlakukan oleh koperasi, sehingga mau tidak mau mereka harus menjual ke pasar konvensional dengan harga seadanya. Tidak adanya keterikatan antara petani dan koperasi membuat koperasi tidak memiliki kewajiban untuk menampung biji kopi yang dihasilkan oleh anggotanya ketika harga pasar sedang turun.

Kedua, terkait dengan *premium fee*. *Premium fee* merupakan uang lebih yang harus dikeluarkan oleh *buyer* di luar negeri untuk keperluan bisnis petani atau pembangunan lingkungan sekitar petani bermukim, seperti jalan atau saran umum lainnya. Pengelolaan *premium fee* diserahkan sepenuhnya kepada petani yang biasanya dibagi dalam kelompok-kelompok kecil yang terdiri dari 50 sampai 100 orang. Setiap kelompok memiliki satu delegasi. Melalui perantara delegasi inilah proses distribusi *premium fee* dijalankan. Namun, interaksi antara delegasi dengan koperasi—apalagi antara petani biasa dengan koperasi—yang tidak begitu intens menjadi persoalan utama dalam proses distribusi *premium fee*.

Selain persoalan-persoalan di atas, tulisan ini juga menunjukkan bahwa *Fairtrade* belum mampu untuk menaik-

kan posisi petani kopi Gayo dalam rantai perdagangan internasional. Sebenarnya, dalam tubuh FLO dapat dilihat sedang dilakukannya reformasi untuk lebih mendorong peran petani dalam proses pengambilan keputusan. Jaringan Produsen, perwakilan produsen bersertifikasi *Fairtrade* semenjak tahun 2013 mendapatkan setengah suara dalam pertemuan tahunan yang diadakan oleh FLO. Pertemuan tersebut sangat menentukan arah gerak organisasi. Namun persoalan utama yang ditemukan dalam implementasi sertifikasi *Fairtrade* pada komoditas kopi Gayo justru berasal dari belum idealnya peran koperasi.

Jika kita belajar pada awal pembentukan mekanisme sertifikasi *Fairtrade* di Mexico, konsolidasi koperasi merupakan salah satu fondasi awal yang sangat krusial. Fondasi seperti ini belum terlihat di Aceh. Hubungan koperasi dengan petani di Aceh barangkali tidak seperti yang dibayangkan oleh pencetus ide awal sertifikasi *Fairtrade*. Faktanya, koperasi menjadi entitas yang terpisah dengan petani. Koperasi melakukan sistem beli putus dengan petani. Sehingga ketika petani menghadapi kesulitan untuk menjual biji kopi, koperasi tidak bisa diandalkan. Padahal pengelolaan biji kopi, mulai dari pengeringan, pesangraian, bahkan hingga siap diekspor ditentukan oleh manajemen koperasi. Disinilah letak belum idealnya model koperasi kopi di Aceh. Manajemen belum sepenuhnya dikontrol oleh petani. Ribuan petani yang menjadi anggota koperasi hanya menjadi sekedar anggota. Sementara jalannya koperasi dikendalikan oleh segelintir pihak.

Maka dari itu, agenda penelitian selanjutnya yang menarik juga untuk dilakukan ada dua, pertama yang berhubungan dengan alternatif lain penge-

lolaan komoditas kopi gayo di luar jaringan *Fairtrade* yang dibentuk oleh FLO. Dan kedua, membenturkan nilai-nilai koperasi di Indonesia dengan standar-standar yang ditetapkan oleh FLO terkait peran koperasi. Biar bagaimanapun masuknya FLO ke Indonesia, khususnya di Dataran Tinggi Gayo adalah untuk meningkatkan kesejahteraan petani melalui perdagangan. Sekarang setelah diketahui jaringan ini masih mengandung banyak kelemahan, tidak ada salahnya untuk mencari solusi bagaimana membentuk perdagangan kopi yang dapat memakmurkan petaninya.

DAFTAR PUSTAKA

- Almqvist, A.-C. (2011). *Coffee, a Fair Trade? A study about Fairtrade certified Gayo coffee farmers in Aceh*. Alnarp: Swedish University of Agricultural Sciences.
- Arfi, S. A. (2014, Oktober 28). Apa Manfaat Fairtrade terhadap Petani. (H. Fajir, Interviewer)
- Askogo. (2014, Juli 23). Manfaat Fairtrade bagi petani. (H. Fajri, Interviewer)
- Boersma, F. V. (2009). The Urgency and Necessity of a Different Type of Market: The Perspective of Producers Organized within the Fair Trade Market. *Journal of Business Ethics, Vol. 86, Supplement 1: Fair Trade*, 51-61.
- European Fair Trade Association. (2006, November). *Sixty Years of Fair Trade*. Retrieved Januari 20, 2015, from <http://www.european-fair-trade-association.org/efta/Doc/History.pdf>

- Fairtrade Foundation. (2012). *Fairtrade and Coffee*. London: Fairtrade Foundation.
- Fairtrade International. *For Producers, With Producers*. Bonn: Fairtrade International.
- Fairtrade International. *Unlocking the Power*. Bonn: Fairtrade International.
- Griffiths, P. (2012). Ethical Objections to Fairtrade. *Journal of Business Ethics*, 357-373.
- Hadiwinata, B. S., & Pakpahan, A. K. (2004). *Fair Trade: Gerakan Perdagangan Alternatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasbi. (2014, Juli 23). Manfaat Fairtrade bagi petani. (H. Fajri, Interviewer)
- Iwan. (2014, Juli 23). Manfaat Fairtrade bagi Petani Kopi Gayo. (H. Fajri, Interviewer)
- Koperasi Askogo. *Sistem Penelusuran Dokumen dan Sistem Penelusuran Produk dari Petani Hingga Ready Export*. Bener Meriah: Koperasi Askogo.
- Murray, D. L., & Reynolds, L. T. (2007). Globalization and its antinomies. In D. L. Murray, L. T. Reynolds, & J. Wilkinson, *Fair Trade: the Challenges of Transforming Globalization* (pp. 3-14). New York : Routledge.
- Mustawalad. (n.d.). *Max Havelaar di Gayo*. Retrieved November 27, 2014, from <http://www.acehfeature.org>
- Nicholls, A. (2000). Thriving in a Hostile Environment: Fairtrade's Role as a Positive Market Mechanism for Disadvantaged Producers.
- Reed, D. (2009). What Do Corporations Have to Do with Fair Trade? Positive and Normative Analysis from a Value Chain Perspective. *Journal of Business Ethics*, Vol. 86 , 3-26.
- Rikang, R., & Dharma, P. (2014, Juni 30). *Orang Indonesia Makin Gemar Minum Kopi*. Retrieved Januari 23, 2015, from <http://www.tempo.co>
- Sanusi, R. U. (2014, Juli 23). Manfaat Fairtrade bagi Petani. (H. Fajri, Interviewer)
- Tempo.co. (2014, Juni 25). *Sebulan Terakhir, Konsumsi Kopi Melesat 30 Persen* . Retrieved November 3, 2014, from <http://www.tempo.co/read/news/2014/06/25/090587885/Sebulan-Terakhir-Konsumsi-Kopi-Melesat-30-Persen>
- Valkila, J., Haaparanta, P., & Niemi, N. (2010). Empowering Coffee Traders? The Coffee Value Chain from Nicaraguan Fair Trade Farmers to Finnish Consumers. *Journal of Business Ethics*, Vol. 97, No. 2 , 257-270.
- Yana. (2014, Juli 23). Manfaat Fairtrade bagi Petani Kopi Gayo. (H. Fajri, Interviewer).